

KAJIAN SWITCHING BEHAVIOUR TERHADAP PEMBAYARAN CASHLESS PADA MASYARAKAT DI JAWA TENGAH

Sri Widiyati*, Th. Tyas Listyani, Rikawati, Muhammad Rois

Jurusan Akuntansi, Politeknik Negeri Semarang
Jln. Prof. Soedarto Semarang
*Email: wiwidsoemodipoero@gmail.com

Abstract

WHO (World Health Organization) has called for stopping paper money as a meant of payment because the corona virus can live on the surface of money several days. This situation causes some people to swich our behavior in payments, namely cashless payments. The research problems is how to accelerate switching behavior in cashless payment in Central Java. The purpose of the study was to identify the determinants and the contraits of the switching behavior to cashless payments for the people of Central Java. The number of samples were 100 people from various regions in Central Java. The data needed is primary data and collected using questioners and depth interview on several respondents. Analysis data use validity, reliability and factoring analysis. Empirical result show that determinan of switching were social aspect, speed, security, pratically and job expectations. Meanwhile , the obstacles are the limited amount of money available and money can be lost, limited ways and places to top up, hedonic tendency, limited space for shopping and the e-money only for payments.

Keywords: *Switching, Behaviour, Cashless, Determinants, Contrain.*

Abstrak

WHO (World Health Organization) menghimbau untuk menghentikan uang kertas sebagai alat pembayaran karena virus corona dapat hidup pada permukaan uang selama beberapa hari. Situasi tersebut menjadikan sebagian masyarakat melakukan switching behavior dalam pembayaran yakni pembayaran secara cashless . Permasalahan penelitian adalah bagaimana upaya mempercepat switching behavior dalam pembayaran cashless di Jawa Tengah ? Secara spesifik perumusan masalah adalah sebagai berikut :Faktor –faktor apakah yang menjadi penentu dan kendala swiching behavior masyarakat Jawa Tengah dalam pembayaran cashless. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 100 orang yang berasal dari berbagai daerah di Jawa Tengah . Data yang dibutuhkan adalah data primer dan dikumpulkan dengan menggunakan kuestioner dan depth interview pada beberapa responden . Untuk mengidentifikasi faktor- faktor yang mempengaruhi penggunaan uang elektronik dan kendala-kendala digunakan analisis factoring dilanjutkan dengan uji validitas dan reliabilitas. Hasil empiris menunjukkan bahwa factor -faktor penentu penggunaan E-money adalah kepercayaan; aspek social; kecepatan; keamanan; kepraktisan dan ekspektasi kerja. Sedangkan kendala-kendala penggunaan E-money adalah uang yang ada e-money terbatas jumlahnya dan uang dapat hilang; keterbatasan cara dan tempat untuk top up; kecenderungan hedonis; keterbatasan tempat untuk belanja dan e-mony hanya untuk pembayaran.

Kata Kunci: *switching, behaviour, cashless, faktor penentu, kendala*

PENDAHULUAN

Pandemi Corona Virus 2019 (Covid 2019) telah mengubah kehidupan masyarakat dari segi mental, social maupun ekonomi. Kebiasaan untuk menggunakan masker, mencuci

tangan, menjaga jarak, menjauhi kerumunan merupakan hal yang perlu dilakukan masyarakat.. WHO (*World Health Organization*) menghimbau untuk menghentikan uang kertas sebagai alat pembayaran karena virus corona dapat hidup pada permukaan uang selama beberapa hari. Daya tahan SAR-CoV 2 pada permukaan uang tunai selama 4 hari (Chin et.al.: 2000 dan Van Doremalen et.al :2000). Penelitian yang dilakukan Harbour dan kawan-kawan (2020) memberikan hasil bahwa pada suhu 4⁰ C, virus terdeteksi pada uang \$1 selama 90 jam dan selama 72 jam pada uang kertas \$ 20. Menurut Auer, Cornelli dan Frost (2000) bahwa terdapat korelasi antara memegang uang tunai secara fisik dengan infeksi covid 19. Situasi tersebut menjadikan sebagian masyarakat melakukan *switching behavior* dalam pembayaran yakni mengalihkan cara pembayaran dari cara pembayaran secara *cash* menjadi pembayaran secara *cashless* .

Switching behavior merupakan proses dimana konsumen akan meninggalkan hubungan dengan produk atau jasa yang dikonsumsi saat ini dan beralih pada produk atau jasa milik pesaing pada jangka waktu tertentu (Jung et.al : 2017 ; Hazen et.al.: 2017). Saat ini ada kecenderungan pergeseran penekanan pada perusahaan. Orientasi perusahaan pada produk maupun jasa bergeser pada kebutuhan konsumen. Tuntutan konsumen yang bergerak secara dinamis perlu diantisipasi oleh perusahaan agar konsumen tidak akan *switching* (beralih) pada pelanggan lain. *Switching behavior* tentunya akan berdampak pada perubahan pendapatan pada perusahaan.

Penelitian yang berkaitan dengan *switching customer behavior* telah banyak dilakukan. Pada umumnya focus penelitian *switching customer behavior* pada industri perbankan seperti nasabah pindah antar bank konvensional ataupun nasabah pindah dari bank konvensional ke bank Syariah (Sri Rahayu Syah dkk.: 2018, Jelita Manurip dkk. : 2020, Akhmad Hanafi dkk. : 2021). Penelitian *switching customer behavior* juga dilakukan pada industri transportasi. Masyarakat beralih dari transportasi konvensional ke *online transportation*. Kajian ini dilakukan oleh Bethani Suryawardani dan Astri Wulandari (2020). Penelitian yang akan dilakukan *berbeda dengan penelitian sebelumnya*. Penelitian ini akan mengkaji tentang perilaku peralihan dari pembayaran konvensional (cash payment) ke pembayaran non cash (*cashless payment*). Hal ini sesuai dengan kampanye Bank Indonesia tentang Kebijakan Gerakan Nasional Non Tunai.

Jawa Tengah yang masih menerapkan PPKM (Pelaksanaan Pembatasan Kegiatan Masyarakat) yang dilakukan melalui pelaksanaan pembatasan social (*social distancing*) dan pembatasan fisik (*physical distancing*) akan memberikan pengaruh terhadap cara pembayaran dalam transaksi ekonomi. Gerakan nasional non tunai yang dilakukan oleh Bank Indonesia (BI) sangat sesuai pada era ini. Kebijakan Gerakan Nasional Non Tunai akan memberikan dampak positif di kemudian hari karena adanya potensi pendukung yang berupa dukungan regulasi, pemerataan akses internet, pembangunan infrastruktur yang berkelanjutan. Perkembangan pembayaran *cashless* melalui e-money semakin meningkat karena fasilitas public seperti transportasi, jalan tol, parkir di mal sudah terintegritasi dengan *e-money*. Transaksi *cashless* di Indonesia menunjukkan peningkatan yang signifikan. Pada 2010, jumlah uang elektronik baru mencapai 7,9 juta unit dengan transaksi Rp 693,47 miliar. Namun, sampai akhir September 2019, jumlah uang elektronik telah melonjak 31 kali lipat menjadi 25,1 juta unit. Demikian pula nilai transaksi meningkat 137 kali lipat menjadi Rp 95,75 triliun. Jumlah penduduk yang besar dan gencarnya literasi keuangan mendorong transaksi *cashless* tumbuh (<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/11/07/berapa-transaksi-uang-elektronik-di-indonesia>). Tantangan yang dihadapi saat ini adalah belum sepenuhnya masyarakat menerima keberadaan *cashless* Hal tersebut sangat menarik untuk diteliti.

Permasalahan penelitian adalah bagaimana upaya mempercepat *switching behavior* dalam pembayaran *cashless* di Jawa Tengah ? Secara spesifik perumusan masalah adalah sebagai berikut :

- a. Faktor –faktor apakah yang menjadi penentu *switching behavior* masyarakat Jawa Tengah dalam pembayaran *cashless* ?
- b. Faktor –faktor apakah yang menjadi kendala *switching behavior* masyarakat Jawa Tengah dalam pembayaran *cashless* ?

METODE PENELITIAN

Responden adalah masyarakat Jawa Tengah yang telah berumur di atas 20 tahun. Teknik pengambilan sampel adalah *purposive sampling* yaitu teknik pengambilan sampel dengan pertimbangan khusus sehingga layak dijadikan sampel. Kriteria yang digunakan adalah mereka adalah pengguna uang elektronik lebih dari 3 bulan. Dengan kriteria ini diharapkan responden telah memiliki pengalaman dalam pembayaran *cashless*.

Menurut Uma Sekaran (2006), ukuran sampel lebih dari 30 dan kurang dari 500 adalah tepat untuk kebanyakan penelitian. Jumlah Responden yang akan dijadikan sampel 100 orang. Pengambilan data menggunakan dengan menggunakan kuestioner dan *depth interview*. Data sekunder dikumpulkan dengan metode *dokumentasi*.

Alat analisis yang digunakan uji validitas dan reliabilitas serta analisis factoring. Analisis factoring pada hakekatnya digunakan untuk mereduksi data yaitu proses untuk meringkas sejumlah variable menjadi lebih sedikit dan menamakannya sebagai factor. Analisis factoring digunakan untuk mengidentifikasi kendala dalam menggunakan uang elektronik.. Proses analisa factor sebagai berikut:

- 1) Memilih variable yang layak dimasukan analisis factor. Antar variable harus saling berkorelasi dan jika korelasi lemah maka variable tersebut dikeluarkan dari analisis factor. Untuk itu digunakan alat MSA atau Barlett's Test.
- 2) Setelah itu dilakukan ekstrasi varibel sehingga menjadi beberapa variable. Model pencarian factor yang populer adalah Pricipal Component dan Maximum Likelihood.
- 3) Jika isi factor masih diragukan maka dilakukan rotasi sehingga factor yang terbentuk sudah secara signifikan berbeda dengan factor lain.
- 4) Setelah factor benar-benar terbentuk maka proses selanjutnya adalah penamaan factor.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 1. Indikator Empiris Faktor Penentu *Switching Behavior* Terhadap Pembayaran *Cashless*

	Faktor	INDIKATOR EMPIRIS
N		
O		
1	Kepercayaan (X1)	Diterbitkan oleh Bank atau lembaga non bank yang dapat dipercaya Percaya pada layanan yang diberikan sesuai dengan yang dijanjikan. Dana yang ada pada e-money berada dalam penguasaan pemegang
2	Aspek Sosial (X2)	Keluarga menggunakan dan menyarankan untuk menggunakan e-money Teman-teman menggunakan e –money. Di lingkungan tempat tinggal, banyak yang menggunakan e-money.
3	Kecepatan (X3)	Tidak perlu menata uang untuk melakukan transaksi. Tidak perlu menghitung uang untuk melakukan transaksi. Tidak perlu menghitung uang kembalian
4	Keamanan (X4)	Meminimalisasikan adanya uang palsu

			Transaksi lebih akurat
			Bebas dari pencurian uang
5	Kepraktisan (X5)		Pembayaran dilakukan dengan menggesek atau menempelkan atau transfer
			Dapat untuk pembayaran pada transaksi on dan off line.
			Pembayaran dapat dilakukan di mana saja.
6	Ekspektasi Kerja (X6)		Sangat membantu dalam menyelesaikan pekerjaan
			Menggunakan e-money dapat memenuhi transaksi keuangan saya lebih cepat
			Dapat menghemat waktu saya
7	Kemudahan (X7)		Proses pendaftaran tidak berbelit-belit
			Proses top up relatif mudah.
			Proses pembayaran transaksi simple

Uji Validitas dan Reliabilitas Faktor Penentu Switching Behavior

Uji Validitas

Pengukuran validitas faktor ini dengan cara mengkorelasikan antara skor faktor (penjumlahan item dalam satu faktor) dengan skor total faktor (total keseluruhan faktor). Dari hasil perhitungan korelasi akan didapat suatu koefisien korelasi yang digunakan untuk mengukur tingkat validitas suatu item dan untuk menentukan apakah suatu item layak digunakan atau tidak. Dalam penentuan layak atau tidaknya suatu item yang akan digunakan, biasanya dilakukan uji signifikansi koefisien korelasi pada taraf signifikansi 0,05, artinya suatu item dianggap valid jika berkorelasi signifikan terhadap skor total.

Tabel 2. Hasil Uji Validitas Terhadap Penentu *Switching Behavior*

Variabel : Kepercayaan (X1)				
Indikator	Koefisien Korelasi	Koefisien Korelasi	Sig	Kesimpulan
Empiris	Hitung	Tabel		
X11	0,625	0,2565	0,000	Valid
X12	0,414	0,2565	0,000	Valid
X13	0,528	0,2565	0,000	Valid
Variabel : Aspek Sosial (X2)				
Indikator	Koefisien Korelasi	Koefisien Korelasi	Sig	Kesimpulan
Empiris	Hitung	Tabel		
X21	0,664	0,2565	0,000	Valid
X22	0,757	0,2565	0,000	Valid
X23	0,754	0,2565	0,000	Valid
Variabel : Kecepatan (X3)				
Indikator	Koefisien Korelasi	Koefisien Korelasi	Sig	Kesimpulan
Empiris	Hitung	Tabel		
X31	0,886	0,2565	0,000	Valid

X32	0,716	0,2565	0,000	Valid
X33	0,749	0,2565	0,000	Valid
Variabel : Keamanan (X4)				
Indikator	Koefisien Korelasi	Koefisien Korelasi	Sig	Kesimpulan
Empiris	Hitung	Tabel		
X41	0,684	0,2565	0,000	Valid
X42	0,630	0,2565	0,000	Valid
X43	0,812	0,2565	0,000	Valid
Variabel : Kepraktisan (X5)				
Indikator	Koefisien Korelasi	Koefisien Korelasi	Sig	Kesimpulan
Empiris	Hitung	Tabel		
X51	0,544	0,2565	0,000	Valid
X52	0,625	0,2565	0,000	Valid
X53	0,745	0,2565	0,000	Valid
Variabel : Ekspektasi Kerja (X6)				
Indikator	Koefisien Korelasi	Koefisien Korelasi	Sig	Kesimpulan
Empiris	Hitung	Tabel		
X61	0,773	0,2565	0,000	Valid
X62	0,724	0,2565	0,000	Valid
X63	0,767	0,2565	0,000	Valid
Variabel : Kemudahan (X7)				
Indikator	Koefisien Korelasi	Koefisien Korelasi	Sig	Kesimpulan
Empiris	Hitung	Tabel		
X71	0,754	0,2565	0,000	Valid
X72	0,761	0,2565	0,000	Valid
X73	0,503	0,2565	0,000	Valid

Sumber : Hasil Olah Data Tahun 2020

Berdasarkan hasil output SPSS, terlihat bahwa bahwa korelasi antara masing-masing indikator pada setiap variabel X1 (kepercayaan); X2 (aspek sosial); X3 (kecepatan); X4 (keamanan); X5 (kepraktisan); X6 (ekspektasi kerja); X7 (kemudahan) menunjukkan hasil yang signifikan, dikarenakan r hitung lebih besar dari r tabel. Dimana r tabel, $df = n-2 = 100 - 2 = 98$ dengan signifikansi 1% maka r tabel sebesar 0,2565. Jadi, dapat disimpulkan bahwa masing-masing indikator adalah valid.

Uji Reliabilitas

Menurut Imam Ghazali (2016), reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuestioner yang merupakan indikator dari variabel atau kontruk. Pada SPSS alat untuk mengukur reliabilitas adalah dengan menggunakan uji statistik Cronbach Alpha. Jika nilai Cronbach Alpha. $> 0,60$ maka variabel tersebut reliabel. Hasil dari table memperlihatkan nilai

Cronbach's Alfa pada masing-masing variable di atas 0,60 maka dapat disimpulkan bahwa semua variable adalah reliable.

Tabel 3. Uji Reliabilitas

No	Variabel	Cronbach's Alpha	Kriteria	Kesimpulan
1	Kepercayaan (X1)	0,717	0,60	Reliabel
2	Aspek Sosial (X2)	0,791	0,60	Reliabel
3	Kecepatan (X3)	0,887	0,60	Reliabel
4	Keamanan (X4)	0,746	0,60	Reliabel
5	Kepraktisan (X5)	0,770	0,60	Reliabel
6	Ekspektasi Kerja (X6)	0,806	0,60	Reliabel
7	Kemudahan (X7)	0,859	0,60	Reliabel

Sumber : Hasil Olah Data Tahun 2021

Factoring Analisis

Tabel 4. Hasil KMO dan Bartlett's Test

Kaiser-Meyer Olkin Measure of Sampling Adequacy		0.708
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi Square	832.315
	Df	190
	Sig	0.000

Sumber : Hasil Olah Data Tim Peneliti Tahun 2021

Dari paparan table terlihat bahwa nilai Kaiser-Meyer Olkin Measure of Sampling Adequacy sebesar 0,708 . Angka tersebut $> 0,5$ yang memberi makna bahwa variable-variabel yang diteliti dapat diproses lebih lanjut.

Anti-Image Matrices

Anti Image Matrices untuk mengetahui dan menentukan variable mana yang akan dipakai dalam analisis faktor. Syaratnya adalah nilai Measure Sampling Adequacy (MSA) $> 0,5$. Jika ada variable yang memiliki nilai MSA $< 0,5$ maka dilakukan pengujian ulang dengan menghilangkan variable tersebut. Hasil olah data (lihat lampiran Anti Image Matrices) terlihat bahwa semua variable yang digunakan mempunyai nilai $> 0,5$ yaitu :

X1	: 0,778	X2	: 0,512	X3	: 0,739	X4	: 0,772
X5	: 0,792	X6	: 0,613	X7	: 0,791	X8	: 0,768
X9	: 0,667	X10	: 0,664	X11	: 0,740	X12	: 0,750
X13	: 0,775	X14	: 0,723	X15	: 0,627	X16	: 0,697
X17	: 0,654	X18	: 0,828	X19	: 0,593	X20	: 0,608

Communalities. Tabel Communalities memperlihatkan apakah variable yang diteliti mampu menjelaskan faktor atau tidak. Syarat variable yang mampu menjelaskan faktor jika nilai extraction lebih besar dari 0,05

Tabel 5. Communalities

	Initial	Extract		Initial	Extract
X1	1.000	0.627	X11	1.000	0.667
X2	1.000	0.721	X12	1.000	0,752
X3	1.000	0.645	X13	1.000	0,732
X4	1.000	0.628	X14	1.000	0,757
X5	1.000	0.711	X15	1.000	0,691
X6	1.000	0.529	X16	1.000	0,794
X7	1.000	0.578	X17	1.000	0,776
X8	1.000	0.742	X18	1.000	0,527
X9	1.000	0.710	X19	1.000	0,821
X10	1.000	0,710	X20	1.000	0,704

Sumber : Hasil Olah Data Tim Peneliti Tahun 2021

Nilai extraction dari variable penelitian adalah di atas 0,05 .Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa semua variable dapat digunakan untuk menjelaskan faktor. Total Variance Expained. Total Variance Expained memperlihatkan nilai masing-masing variable yang dianalisa. Terdapat 20 variabel yang dianalisis. Pada extraction sums of squared loadings memperlihatkan faktor yang terbentuk. Ada 4 faktor yang terbentuk dari 20 variabel yang dianalisis. Adapun syarat menjadi faktor jika nilai eigenvalues > 1.

Faktor 1 mampu menjelaskan sebesar 43,519 % variasi.

Faktor 2 mampu menjelaskan sebesar 8,234 % variasi

Faktor 3 mampu menjelaskan sebesar 6,965 % variasi dan

Tabel 6. Component Matrix

	1	2	3	4	5	6	7
X1		,543	-,183	,363	-,064	-,051	,400
X2		,369	-,269	-,153	,160	-,464	-,498
X3		,519	-,075	,236	,257	-,373	-,330
X4		,504	-,322	,136	-,340	,201	-,309
X5		,606	,042	-,522	-,188	-,165	-,085
X6		,563	-,047	-,077	,078	-,151	-,273
X7		,600	,019	-,171	,127	-,236	-,130
X8		,734	-,209	,186	,312	,048	-,158
X9		,491	,082	-,390	-,128	,542	,025
X10		,527	-,134	-,470	,266	-,215	,181
X11		,606	,353	,207	-,444	,056	,131
X12		,513	,351	,462	-,344	-,102	,069
X13		,606	,400	,300	-,325	-,187	-,015
X14		,638	,042	-,388	,102	,313	-,156
X15		,131	,781	,011	,336	,226	,055

X16	,151	,791	-,038	,354	,008	-,037
X17	,001	,814	,142	,216	-,016	,095
X18	,508	-,050	-,360	-,142	,198	,279
X19	,409	-,425	,526	,380	,212	-,085
X20	,330	-,339	,329	,292	,437	,310

Faktor 4 mampu menjelaskan sebesar 5,310 % variasi.

Maka faktor 1,2,3,dan 4 mampu menjelaskan 64,027 Variasi.

Components Matrix. Components Matrix ini menunjukkan nilai korelasi atau hubungan antara masing-masing variable dengan faktor yang terbentuk. Mayoritas variable memiliki korelasi yang kuat dengan faktor 1. Untuk itu perlu dilakukan rotasi komponen matriks sehingga masing-masing faktor terbentuk dari variable yang mana saja. *Rotated Components Matrix.* *Rotated Components Matrix* akan memastikan variable-variabel yang membentuk faktor. Variabel yang terpilih menjadi anggota faktor adalah yang memiliki korelasi tertinggi dibanding korelasi dengan faktor lain.

Tabel 7. Rotated Components Matrix.

1	2	3	4	5	6	7
X1	,048	,492	-,128	,084	,472	,370
X2	,024	,059	-,129	,171	,095	,814
X3	-,143	,174	,020	,747	,165	,096
X4	,318	,342	-,442	,325	,208	-,257
X5	,580	,184	-,071	,410	-,306	,273
X6	,232	,149	-,026	,588	,035	,071
X7	,263	,147	,062	,566	-,013	,252
X8	,228	,155	-,008	,626	,515	,094
X9	,823	,100	,063	,004	,107	-,084
X10	,415	-,118	,028	,381	,006	,578
X11	,300	,801	,119	,072	,028	,014
X12	-,016	,823	,150	,152	,095	-,017
X13	,083	,792	,185	,294	-,037	,031
X14	,726	,015	,111	,372	,114	-,001
X15	,154	,099	,865	-,015	,033	-,106
X16	,069	,090	,854	,147	-,110	-,035
X17	-,108	,219	,814	-,060	-,103	-,045
X18	,634	,171	-,058	,003	,070	,296
X19	-,077	,038	-,141	,366	,810	-,065
X20	,165	,027	-,057	-,052	,813	,098

Sumber : Hasil Olah Data Tim Peneliti Tahun 2021

Untuk memastikan suatu variable masuk dalam kelompok faktor maka dilihat dari nilai korelasinya terbesar antara variable dengan faktor yang (component) yang terbentuk.

Maka yang termasuk factor 1,2,3,4,5 dan 6 adalah sebagai berikut :

Faktor 1 = X5, X9, X14, X18 ; Faktor 2 = X1, X4, X11, X12, X13 ; Faktor 3 = X8, X15, X16, X17; Faktor 4 = X3, X6, X7 ; Faktor 5 = X19, X20 ; Faktor 6 = X2, X10

Di mana :

Faktor 1 :

- X5 : Kartu mudah rusak.
- X9 : Kartu hilang uang hilang.
- X14 : Kartu mudah hilang.
- X18 : Uang di kartu jumlahnya terbatas.

Faktor 1 dinamakan : Keterbatasan jumlah uang dan uang dapat hilang.

Faktor 2 :

- X1 : Keterbatasan cara /tempat untuk melakukan top up.
- X4 : Top up hanya dilakukan pada mesin ATM
- X11 : Top up hanya dilakukan pada tempat tertentu penyedia layanan.
- X12 : Penambahan dana pada e money berbentuk card sangat merepotkan.
- X13 : Top up hanya dilakukan pada EDC

Faktor 2 dinamakan : Fleksibilitas Top Up Terbatas.

Faktor 3 :

- X8 : Kecenderungan berbelanja tinggi (konsumtif)
- X15 : Kecenderungan mengeluarkan tanpa jelas tujuannya,
- X16 : Kecenderungan boros.
- X17 : Kecenderungan hedonis (belanja karena keinginan bukan kebutuhan).

Faktor 3 : Kecenderungan Hedonis

- X3 : Hanya dapat berbelanja pada tempat tertentu
- X6 : Hanya dapat digunakan untuk belanja off line.
- X7 : Penggunaan e-money berbentuk kartu sangat terbatas.

Faktor 4 dinamakan : Keterbatasan tempat untuk belanja.

Faktor 5

- X 19 : Uang di kartu tidak dapat ditransfer.
- X20 : Uang di kartu hanya untuk pembayaran.

Faktor 5 dinamakan : Uang dikartu hanya untuk pembayaran.

X2 : Tidak ada informasi tentang pemegang e money berbasis kartu.

X10 : E-money berbentuk kartu dapat digunakan orang lain.

Faktor 6 : Tidak ada identitas pemilik.

UPAYA MEMPERCEPAT MENUJU LESS CASH SOCIETY

Ada berbagai pertimbangan masyarakat menggunakan e-money berbasis kartu. Hasil penelitian memperlihatkan terdapat tujuh variable sebagai penentu penggunaan e-money yaitu kepercayaan, aspek sosial, keamanan, kepraktisan, ekspektasi kerja dan kemudahan. Sedangkan kendala-kendala dalam penggunaan e -money yakni keterbatasan jumlah uang dan uang dapat hilang, fleksibilitas top up terbatas, kecenderungan hedonis, keterbatasan tempat untuk belanja, uang dikartu hanya untuk pembayaran dan tidak ada identitas pemilik. Untuk mempercepat menuju Less Cash Society antara lain perlu dilakukan hal-hal sebagai berikut :

- a Pemerintah perlu secara intensip untuk mengkampanyekan Gerakan Nasional Non Tunai pada masyarakat. Hal ini diharapkan akan semakin banyak anggota masyarakat memahami dan menggunakan e-money sebagai alat pembayaran. Anggota masyarakat yang telah melakukan pembayaran cashless akan mempengaruhi anggota lainnya karena aspek sosial merupakan salah satu penentu penggunaan *e-money*.
- b Penerbit hendaknya mempermudah akses pembelian kartu maupun melakukan top up. Hal ini dikarenakan kendala yang dihadapi adalah keterbatasan tempat untuk melakukan pembelian maupun top up. Di sisi lain kepraktisan merupakan penentu penggunaan *e-money*.
- c Penerbit hendaknya memperluas kerjasama dengan merchant retail. Jaringan Kerjasama akan mempermudah customer untuk berbelanja dengan menggunakan tidak banyak kartu. Hal ini dapat mengatasi kendala penggunaan e-money yakni keterbatasan tempat untuk belanja.

SIMPULAN

1. Variabel penentu penggunaan e- money yaitu kepercayaan, aspek sosial, keamanan, kepraktisan, ekspektasi kerja dan kemudahan.
2. Berdasarkan analisis factoring diperoleh kendala-kendala dalam penggunaan e -money yakni keterbatasan jumlah uang dan uang dapat hilang, fleksibilitas top up terbatas,

kecenderungan hedonis, keterbatasan tempat untuk belanja, uang dikartu hanya untuk pembayaran dan tidak ada identitas pemilik.

DAFTAR PUSTAKA

- Auer, Raphael, Giulio Cornelli, and Jon Frost. 2020. Covid-19, cash, and the future of payments. *BIS Bulletin*, (3).
- Chin, Alex W.H., Julie T.S. Chu, Mahen R.A. Perera, Kenrie P.Y. Hui, Hui-Ling Yen, Michael C.W. Chan, Malik Peiris, and Leo L.M. Poon. 2020. Stability of SARS-CoV-2 in different environmental conditions. *The Lancet Microbe*. Vol. 01. No. 01. e10.
- Hafandi, Akhmad, Hilmy Masdar, Handayani, Puji. 2021. New trend switching behavior of bank customer. *Jurnal Ekonomi dan Studi Pembangunan*. Vol. 13. No. 01. Hal 52-59.
- Harbourt, David E., Andrew D. Haddow, Ashley E. Piper, Holly Bloomfield, Brian J. Kearney, David Fetterer, Kathleen Gibson, and Timothy Minogue. (2020) "Modeling the stability of severe acute respiratory syndrome coronavirus 2 (SARS-CoV-2) on skin, currency, and clothing. *PLOS Neglected Tropical Diseases*. Vol. 14. No. 11. e0008831.
- Hazen, B.T., Moleenkof, D.A. dan Wang, Y. 2017. Remanufacturing for the circular economy.: An examination of consumer switching behavior. *Business Strategy and The Environment*, 2(4), 451-464.
- Jun, J., Han, H. dan O.H.M (2017). Traveller's switching behavior in the airline industry from the perspective of the push-pull-morning framework. *Tourism Management*, 59, 139-153.
- Kusnandar, Viva Budi. 2019. Berapa Transaksi Uang Elektronik di Indonesia? Diakses dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/11/07/berapa-transaksi-uang-elektronik-di-indonesia-pada-tanggal-19-maret-2021>.
- Manurip, Jelita, Tumbuhan, Willem J.F.A., Worang, Frederik G. 2020. Comparative analysis of customers switching behavior between Bank Negara Indonesia and Bank Rakyat Indonesia. *Jurnal EMBA*, Vol.8, No.3. hal.222-230.
- Sekaran, Uma. 2006. *Metodologi Penelitian Untuk Bisnis*. Salemba Empat. Jakarta
- Syah, Sri Rahayu, Ibrahim, Sufardi. 2018. Switching behavior nasabah bank : Tinjauan empiris teoritis keperilakuan di kota Makasar. *Jurnal Pemikiran Ilmiah dan Pendidikan Administrasi Perkantoran*, Vol.5, No.2, hal. 113-122.

Van Doremalen, Neeltje, Trenton Bushmaker, Dylan H. Morris, Myndi G. Holbrook, Amandine Gamble.2020. Aerosol and Surface Stability of SARS-CoV-2 as Compared with SARS-CoV-1. The New England Journal of Medicine.